وسائل الإعلام الإخبارية والمعرفة السياسية

أ. أبو بكر مصطفى الوصيف (*)

تمهيد:

المعرفة هي القضية الاستراتيجية الرئيسية التي تشكل الولوج الأكيد إلى المستقبل في مستهل الألفية الثالثة، لقد أصبحت المعرفة وتطبيقاتها التقنية وتوزيعها تقود زمام النشاط الإنساني على جميع الأصعدة، كما أنها تحدد نوعية حياة الإنسان على هذا الكوكب ومصيره في نفس الوقت، كما تحدد راهناً ومستقبلاً مكانة الأمم على الساحة الدولية، ويمكن تعريف المعرفة على أنها: القوة أو السلطة أو المال وهي عنوان المكانة والكرامة الوطنية.

فالمعرفة هي القوة حيث تقاس قوة الدولة راهناً بمقدار إنتاجها للمعرفة، وتصنيعها وتبادلها وتسويقها، وكل مصادر القوة الراهنة المستقبلية سواء كانت مالية، أو عسكرية، أو صناعية، أو ثقافية ترتكز على تلك القاعدة المتقدمة من المعرفة(١).

وتميز النصف الثاني من القرن العشرين بظاهرة تفجر المعلومات، وقد نتجت هذه الظاهرة بسبب تراكم الإنتاج الفكري، تعدد مصادر المعلومات

(*) مساعد محاضر – بكلية الفنون والإعلام – جامعة طرابلس – دولة ليبيا .

وتنوع أشكالها، وأصبحت صناعة لها سوق كبير لايختلف كثيراً عن أسواق السلع والخدمات الأخرى[٢].

ففي ظل ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة أصبح هناك حرية في تبادل المعلومات بين الأفراد والشعوب، ذلك أن الحياة العصرية ومايصاحبها من مشكلات متزايدة جعلت الفرد في حاجة إلى معلومات عن الكثير من الموضوعات والقضايا التي يستحيل عليه أن يلم بها بمفرده، ومن هنا كانت الحاجة إلى وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات تجاه هذه القضايا والموضوعات[٣].

مفهوم المعرفة السياسية Political Knowledge

قبل أن نتطرق إلى مفهوم المعرفة السياسية نشير إلى تعريف السياسة فالسياسة (Politics) هي من الإنسان واليه وللإنسان سلوك سياسي، كما أن له سلوك اقتصادي واجتماعي...الخ، إن سلوك الإنسان السياسي يتدخل مع كل سلوكياته الأخرى، فالسياسة ليست مقتصرة على الدولة وشؤونها فقط، بل إنها موجودة في معظم تصرفات وسلوكيات الإنسان، ومع ذلك، اصطلح على أن يشمل "علم السياسة" السلطة السياسية دون غيرها من أشياء سياسية أخرى[٤].

ومن هنا نقول أن فكرة السلطة السياسية "تتورث منذ أن بدأ الإنسان يفكر في تنظيم المجتمعات التي يقيمها.. حيث نتج عن هذا التفكير، وما يعرف بـــ "المعرفة السياسية"[٥].

ويمكن تعريف المعرفة السياسية بأنها مجموعة الأفكار والمعلومات المتاحة لدى الفرد حول الشئون السياسية والحكم سواء في مجتمعه أم في المجتمع الخارجي، وقد يفترض المربون السياسيون أن المعرفة ضرورية للانتماء القومي، ومن أمثلة العناصر التي يضمها هذا البعد

المفاهيم والمعلومات الواقعية عن الحكومة ومسئوليات الرئيس وواجبات حقوق المواطنة والمعلومات عن الأحزاب والأنماط المختلفة لسلوك الناخبين والعلاقة بين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والمشاركة السياسية[٦].

فالمعرفة السياسية هي شكل من أشكال المعرفة، ويقصد بها ما يوجد لدى الإنسان من معلومات سياسية مختلفة خاصة بالمجتمع الذي يعيش فيه وعلاقة هذا المجتمع بالمجتمعات الأخرى[٧].

وتبدو أهمية المعرفة السياسية في التأكيد على قوة المعتقدات الجمعية التي تنقلها وسائل الإعلام ويتم التعبير عنها في النشاط السياسي وتبرز المعرفة السياسية في النزاعات والصراعات القائمة بين الجماعات والطبقات والأحزاب[٨].

حيث أن المواطن الذي يمتلك المعلومات هو مطلب أساسي تتضمنه أي نظرية خاصة بالديمقراطية[٩].

ويمكن من خلال بعض المفاهيم السياسية الاتية أن تبرز المعرفة السياسية[١٠].

- معرفة معنى السياسة.
- المعرفة بالمؤسسات السياسية (مجلس النواب- مجلس الوزراء)
- طبيعة الأدوار في المؤسسات السياسية.
- مؤسسات المجتمع المدني (الأحزاب – النقابات – الجمعيات)
- معرفة أنواع الانتخابات (النيابية – الرئاسية – المحلية)
- القضايا السياسية الداخلية.
- القضايا السياسية الخارجية.

وسائل الإعلام السياسية:

أثبتت الخبرة السياسية المعاصرة أن الأداة الإعلامية هي إحدى الأدوات الهامة في مجال تنفيذ السياسة الخارجية، وهي تندرج تحت ما يطلق عليه بعض الباحثين أسم الأدوات الرمزية لتنفيذ السياسة الخارجية، تلك الأدوات التي تهدف إلى التأثير في مفاهيم الآخرين في الوحدات الدولية الأخرى(١١).

كما تؤثر على صنع القرار السياسي من خلال ما توفره من معلومات وافية ومتطورة عن الأحداث الدولية والتاريخية والمحلية ليستخدمها صانعوا السياسة من أجل المعرفة وتقييم الأحداث واتخاذ القرار، فوسائل الإعلام توفر قنوات قوية ومؤثرة للمعلومات بين الصفوة السياسية والناخبين، فهي تعمل على تشجيع المواطن على المشاركة في العملية الديمقراطية، وهي من خلال نشر كل الآراء السياسية فإنها تمكن الجمهور لأن يأخذ قراراته واختياراته السياسية، ويدخل الحياة الوطنية، لذلك ينظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها آليات مهمة في التأكيد على مبادئ المجتمعات الديمقراطية، ويأتي دورها السياسي من قيامها بوظيفة دور المراقب والحارس العام "Public Watchdog" على أعمال الحكومة، ثم وضع الأجندة وإنتاج الرسالة وتبصير الأفراد بحقوقهم(١٢).

ويرجع أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحياة السياسية المعاصرة إلى عدة أسباب أهمها(١٣):

١- الحجم الكبير من المتلقين، سواء من المواطنين العاديين أو من أعضاء النخب يتعرضون لما تقدمه من مواد ورسائل إعلامية.

٢- ثقة المتلقين في صدق ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات.

٣- سعي وسائل الإعلام الدائم لجذب المتلقين وزيادة أعدادهم من خلال أشكال متنوعة للفنون الإعلامية، التي قد يبدو بعضها بدون مضمون سياسي، وإن كان في الحقيقة لا يخلو من دلالات سياسية.

٤- الكم الهائل من الرسائل الإعلامية التي تبثه وسائل الإعلام يومياً يجعل المواطن غير قادر على إدراك حقيقة المواقف إلا من خلال الرؤية التي تقدمها له وسائل الإعلام.

وتوصل إيفرت روجرز في دراساته وأبحاثه التي أجراها في عام (١٩٦٢، ١٩٧٣، ١٩٧٦) إلى أن وسائل الإعلام هي أفضل وسيلة يمكن أن تستخدم لإحداث التغير في المجتمع كما أنها يمكن أن تقوم بمهمة كثيرة عند إحداث التنمية وذلك بتزويد الجمهور بالمعلومات عن المستجدات في كافة المجالات) [١٤].

وبدوره رأي لوشيان باي Lucian W. Pye أن العلاقة بين الاتصال والسياسة هي علاقة جوهرية حيث تقوم وسائل الإعلام بنقل التعبيرات المزية عن القيم والمعايير والمفاهيم الإجرائية المصاحبة لعلم السياسة، كذلك تقوم وسائل الإعلام بنقل مصالح المواطنين ومطالبهم إلى صانعي القرار وكشف المصالح المستترة والحاجات والمطالب السياسية وإبرازها وبلورتها[١٥].

من هنا تشكل وسائل الإعلام مصدراً مهماً للمعلومات لقياس الرأي العام، وتحديد الاتجاهات إزاء القرارات والمواقف السياسية التي تتبناها السلطة السياسية، لتصبح بهذا المعنى مصدراً لما يمكن تسميته بالاستشعار اليومي لما يجري من ردود الفعل لدى الرأي العام عليه[١٦].

ويطلق على وسائل الإعلام الجماهيري أحياناً إنها السلطة الرابعة أو حتى الفرع الرابع للحكومة بسبب الفهم العريض لقوتها السياسية، وهذا لا يثير الدهشة فمن خلال وسائل الإعلام فقط يمكن للرؤساء أن يبنوا الدعم، ويحصل المرشحون على الفوز، ويعزز السياسيون ذوي المناصب من صورتهم العامة. ولذلك فإن التليفزيون والراديو وأجهزة الإعلام المطبوعة والآن الانترنت تعتبر بشكل عملي قنوات الاتصال الوحيدة للسياسيين والأحزاب وأصحاب المصالح(١٧).

وتنعكس أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمات، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها(١٨).

المعرفة السياسية والانتخابات:

الإعلام من الظواهر الاجتماعية التي تشكل عصب الحياة المعاصرة، ووجهاً من وجوه حضارة الإنسان، والمعبرة عن السياسة والاتجاهات الفكرية والظروف الاجتماعية والنظم الاقتصادية وتؤثر فيها كما تتأثر بها، ويعتبر العلماء الإعلام هو الأساس الذي يقوم عليه العمل الديمقراطي، لأنها تزود الجمهور بالمعلومات السياسية التي تشكل تأثير على مشاركتهم السياسية بصفة عامة، وعلى تصويتهم الانتخابي بصفة خاصة(١٩).

ويرى Winfried Scbulz et al., ٢٠٠٥ أن التليفزيون يساهم في دعم المشاركة السياسية من خلال عاملين أساسيين وهما(٢٠):

١) قدرته على استخدام الصور المرئية بمصاحبة المعلومات التي تؤدي إلى تقديم المعلومات من خلاله بشكل أكثر سهولة من تقديمها عبر الصحف التي تفتقر إلى إمكانيات التليفزيون في تسهيل نقل

المعلومات لكافة قطاعات المجتمع سواء الأكثر أو الأقل تعليماً، ويجعل ذلك التليفزيون قادراً على تحقيق المساواة في مستوى المعرفة والمشاركة السياسية بين الأفراد ذوي المستويات التعليمية المتباينة.

٢) يقدم التليفزيون الكثير من الرسائل والمعلومات السياسية كما يتمتع بقدرته على الوصول إلى الأفراد الغير مهتمين سياسياً ويجعل ذلك التليفزيون قادراً على المساهمة في تحفيز المواطنين الغير مهتمين على المشاركة السياسية خاصة في ظل زيادة نسبة الأفراد الذين لا يقومون بالتصويت.

ويشير Cooper وآخرون ٢٠٠٦ إلى أن هناك ستة متغيرات يتم الاحتياج إليها لتحقيق وظائف المشاركة المدنية وهي: ثقة الحكومة في المواطن وثقة المواطن في الحكومة وجدارة المواطن واستجابة الحكومة وشرعية الحكومة(٢١).

المعرفة والمستوى المجتمعي:

أي المساهمة الفعالة في وسائل الإعلام في تدعيم مفهوم المعرفة السياسية لدى الجمهور المتلقي، وخاصة أثناء الحملات الانتخابية والتي تقوم وسائل الإعلام بتغطيتها ومتابعتها مما يساعد في التعرف على الأحزاب السياسية والقادة السياسيين وايضاً مواقف المرشحين تجاه العديد من الأحداث السياسية المثارة(٢٢).

تأثيرات المعرفة السياسية على الأفراد:

تؤدي المعرفة السياسية لدى الأفراد الي المزيد من سهولة فهم، وتفسير، وتخزينهم وتنظيمهم لما هو جديد من المعلومات في شكل مجموعة

من المفاهيم التي يتحقق لهم تكوينها بالذاكرة – قد يقودنا ذلك لأن نتوقع بعضاً من ممارسة الاستثارة المعرفية لتأثيرها بهؤلاء الذين تظهر قدراتهم الفاعلة في استيعاب معلوماتهم الجديدة واستبقائها بالذاكرة[٢٣].

وحدد الباحثون في مجال الرأي العام والاتصال السياسي عدداً من العوامل والقوى الاجتماعية التي تؤثر في اتجاهات الأفراد وسلوكهم السياسي نحو الموضوعات المختلفة، على المستويين العام والفرعي[٢٤].

وتتمثل العوامل الاجتماعية العامة في (التاريخ – الثقافة – القوى الاقتصادية – المؤسسات المجتمعية – الأعراف والمعايير السائدة مجتمعياً) أما العوامل المؤثرة في الرأي العام على المستوى الفرعي فتتمثل في (التنشئة السياسية – الجماعات المرجعية – وسائل الإعلام)، وتعد القوى الفرعية السابقة بمثابة الوسائط والمصادر التي تقل مخرجات المستوى العام إلى الأفراد ومن ثم فهي تؤثر بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو الموضوعات المختلفة.

وتؤثر وسائل الإعلام على المعرفة السياسية للأفراد من خلال ثلاثة أبعاد هي[٢٥]:

- تأثير غير مباشر كالتطبيع الاجتماعي السياسي الذي يحدث نتيجة لتعرض الأفراد التراكمي لوسائل الإعلام ولفترات طويلة من الوقت.
- تأثير غير مباشر من خلال عملية التدفق ذات الخطوتين التي يتأثر فيها القادة الرأي بوسائل الإعلام الجماهيرية ثم ينقلون تفسيراتهم إلى أفراد الجماعة الآخرين.
- تأثير مباشر لوسائل الإعلام الجماهيرية على أفراد لجماعة وهذا الشكل أكثر احتكاك للحدوث عندما لا يكون لدى زعماء الرأي أو أفراد الجماعة معرفة لسياسة تقوم على خبرة مباشرة.

إن اهتمام الأفراد بالشئون الدولية ومتابعتهم لها من شأنه أن يؤدي إلى تكوين رأي عام مستنير. ومع ذلك فقد أثبتت قياسات الرأي العام في الدول المختلفة – الغربية والشرقية والنامية – أن هناك قلة ضئيلة تولى القضايا الدولية الاهتمام والمتابعة الواجبة[٢٦].

ولقد أكدت العديد من الدراسات على أن الأفراد الأكثر اهتماماً بالشئون السياسية هم الأفراد الذين يكون لديهم دوافع لاكتساب المعلومات السياسية والاحتفاظ بها[٢٧] وتؤدي هذه المعلومات بدورها إلى زيادة المعرفة السياسية لدى الفرد وبالتالي زيادة مستوى المشاركة السياسية.

ويرى (٢٠٠٤) Dellicarpini أن المعلومات السياسية يمكن أن تأخذ أشكالاً متعددة ويتم الحصول عليها من مصادر عديدة (بدءاً من تبادل المعلومات وجهاً لوجه حتى الحصول عليها من الصحف أو التليفزيون أو الإنترنت)، وهذه المعلومات بمصادرها المتنوعة يكون لها تأثيرات متعددة مختلفة، فبعد سؤال الأفراد عن مصادر حصولهم على المعلومات السياسية يتم تحديد وسائل معينة يمكن دراستها مع افتراض وجود فروق ذات دلالة في تأثيرات وسائل الاتصال على المشاركة في النظام الديمقراطي[٢٨].

مستوى المعرفة والاهتمام السياسي:

تكمن أهمية الاهتمام السياسي في دورة كدافع في تكثيف الانتباه للرسالة الإعلامية ومن ثم معالجتها، وقد أشارت الدراسات المبكرة حول معالجة الأخبار إلى أن المعالجة الايجابية للمعلومات سبب هام للالتزام السياسي بما في ذلك الاهتمام والتعلم والمشاركة[٢٩].

فقد توصل ماكلويد وآخرين في دراستهم (Mcleod et al. ١٩٩٦) إلى أن هناك علاقة قوية بين كل من استخدام الأخبار الجادة والخفيفة في

الصحف والتليفزيون والاهتمام بالسياسة المحلية، وذلك في ظل استبعاد تأثيرات المتغيرات الديموغرافية والبنائية[٣٠].

وتوصل جاري كيبل ١٩٨٥ Gary Kebbel في دراسته الي أن النشاط السياسي للفرد هو المتغير الأساسي في التنبؤ باستخدام وسائل الإعلام الإخبارية حيث بلغ معدل الاستجابة ٧٥% [٣١].

إلا أن باترسون (Patterson) يشير إلى أن تأثير التعرض للأخبار على الاهتمام السياسي قد يكون أكثر قوة من العكس[٣٢].

العوامل الديموغرافية والمعرفة السياسية:

أكدت البحوث التي اختيرت دور وسائل الإعلام في إحداث تأثيرات معرفية في جمهورها – وبخاصة فيما يتعلق بالمضمون الإخباري، على أهمية المتغيرات المتعلقة بالجمهور[٣٣] في تفسير تفاوت معدلات اكتساب المعرفة. وفي سياق المداخل الاجتماعية Sociologically Oriented approaches اتجه الباحثون إلى ربط هذا التفاوت بين أفراد الجمهور في اكتساب المعرفة بالمتغيرات الديموغرافية وبصفة خاصة المستويات التعليمية والحالة الاجتماعية الاقتصادية.

كما تؤثر متغيرات النوع والسن في تحديد شدة وانتباه تأثير التليفزيون في معرفة أفراد الجمهور واتجاهاتهم نحو القضايا التي يتم تناولها وهو ما أشارت إليه العديد من الدراسات السابقة على النحو التالي:

(أ) النـــــوع:

ترى بعض الدراسات أن قياس فجوة النوع في المعرفة السياسية لا يمكن قياسها إلا من خلال التحكم في متغيرات السن والعرق والقدرة اللغوية والتعليم والكفاءة السياسية والاهتمام السياسي كما يرى Anderson, Mondak, ٢٠٠٤ في حين يرى Garand وآخرون عام ٢٠٠٤ أن فجوة

النوع يمكن قياسها عند التحكم في متغيرات الدخل والتعرض لوسائل الإعلام والملكية والتعليم والاهتمام السياسي(٣٤).

ويعتبر انخفاض المعرفة السياسة لدى النساء ناتج عن التمييز النوعي أو على تأثير المعرفة الحقيقية للنساء. ومن أسباب الاختلاف في المعرفة السياسية بين الرجال والنساء حيث يرى Mondak, ٢٠٠١ أن استخدام مصطلح "لا أعرف" في الدراسات الميدانية لا تشير إلى انخفاض المعرفة السياسية لدى المبحوثين وإنما راحة المبحوث في اختيار تلك الإجابة، وتعتبر النساء أكثر ميلاً لاختيار تلك الإجابة في الاستبيانات من الرجال(٣٥).

(ب) العمـــــر:

ثمة ارتباط إيجابي بين المستويات المرتفعة من الاتصال السياسي الجماهيري أو الشخصي والمعرفة السياسية، كما يرتبط السن ايجابياً وخطياً مع هذه المعرفة، حيث أن زيادة التأثير تتبلور على الأكبر سناً، وبالتالي فإن لعامل السن تأثير واضح على التنشئة السياسبية، خاصة عندما يكون المعيار هو المعرفة السياسية، خاصة أن الأطفال لكي يستوعبوا المعلومات السياسية المقدمة لهم عبر الاتصال الجماهيري أو الشخصي يجب أن يمتلكوا قدرة معرفية تمكنهم من تمثيل هذه المعلومات وفهمها(٣٦).

وأظهرت نتائج العديد من الدراسات الإعلامية أن استخدام معظم وسائل الإعلام يزداد مع زيادة السن.

وتوصلت دراسة هوبلمازان وآخرون Hoplomazain, and Grepry and Feaster John, (٢٠٠٩) (٣٧) إلى ظهور علاقة بين تزايد التعرض لقراءة الصحف بين الطلاب الذين يتراوح أعمارهم مابين ١٨-٢٤ سنة وبناء معرفتهم السياسية، كما ظهرت علاقة بين المعرفة السياسية

والمشاركة السياسية المرتفعة بين الشباب وسعيهم للتعرض لوسائل الإعلام المتخصصة في تقديم الأخبار.

ج) المستوى التعليمي:

تشير نتائج الدراسات التي اختبرت التأثير المعرفي للتليفزيون إلى أن الأفراد ذوي المستويات التعليمية المرتفعة أفضل معرفة بالشئون العامة وهو ما يؤدى إلى ارتفاع معدلات اكتسابهم للمعرفة من التليفزيون والخاصة من الأخبار[٣٨].

وقد وجد Scheufele, Eveland (٢٠٠٠) في دراستهما حول العلاقة بين التعليم واستخدام الأخبار التليفزيونية والصحفية في اكتساب المعرفة عن المرشح والقضايا الحزبية والأيدلوجية حيث وجد الباحثان أن كلا من التليفزيون والصحافة أدت إلى خفض فجوات المعرفة وأن العوامل الديموغرافية لم تتفاعل مع التليفزيون والصحافة للتأثير في تقرير الذات ولكن تفاعل التعليم والصحافة في التأثير على المشاركة السياسية[٣٩].

وفي دراسة تجريبية حول التعرض الإدراكي للأخبار التليفزيونية السلبية المثيرة في المجتمع الأمريكي أثارت "ماريا جراب وآخرون Grabe et al. إلى وجود فروق معرفية بين ذوي التعليم المنخفض مقارنة بذوي التعليم المرتفع في القدرة على اكتساب المعلومات وتخزينها وتذكرها، لصالح الأعلى تعليماً[٤٠].

د- المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

أعتبر تيتشنور وآخرون Tichenor et al.[٤١] أن مستوى التعليم هو المؤشر الرئيسي لتصنيف أفراد الجمهور إلى طبقات أو مستويات اجتماعية اقتصادية مرتفعة أو منخفضة.

وقد توصلت العديد من الدراسات الإعلامية إلى تأثير المستوى الاجتماعي الاقتصادي لأفراد الجمهور في تحديد قدر المعلومات ومستوى المعرفة الذي يكتسبه هؤلاء الأفراد نتيجة التعرض لوسائل الإعلام بصفة عامة – والتليفزيون بخاصة.

وبينت دراسة لي ولنينق Lee and liuning (٢٠٠٤) وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للجمهور وتعرضهم للصحف حيث كان الأفراد الأعلى في المستوى الاقتصادي الاجتماعي[٤٢].

كما توصل لي شول جو (٢٠٠٨) leechul – gou في دراسته حول فجوة المعرفة والمعلومات الصحية عبر الانترنت إلى أن التعليم ليس وحده السبب في فجوة المعرفة الصحية ولكن المستوى الاقتصادي والاجتماعي حيث يعاني الكثيرون من مشكلة عدم القدرة على تحمل خدمات الانترنت مادياً.[٤٣].

المعرفة السياسية والتعرض لوسائل الإعلام الإخبارية:

لوسائل الاتصال علاقة بالمعرفة السياسية لدى الجمهور، حيث تفترض الدراسات الخاصة بذلك أن الاتصال ليس مجرد وظيفة للنظم السياسية، وليس مجرد نظاماً يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم السياسية والثقافية والاجتماعية، وإنما هو في الأساس المادة التي تتكون منها العلاقات الإنسانية، ومن هنا يصبح لوسائل الاتصال دور وظيفي في إطار العملية السياسية والاجتماعية[٤٤].

ولقد أكد ماكلويد Mcleod ١٩٦٩, ١٩٦٨ أن ثمة علاقة ارتباط بين التطور الضخم لوسائل الاتصال الجماهيري وبين المعرفة السياسية، كما

وصل إيليا حريق (١٩٧١) إلى أن هناك علاقة ارتباطية واضحة بين استخدام الاتصال الجماهيري وبين المعرفة لدى الأفراد(٤٥).

وتقوم وسائل الاتصال في هذا الإطار بالعديد من الأدوار منها أنها تلعب دوراً سياسياً كمصدر يستقي منه الفرد معلوماته السياسية إلى جانب دورها في التنشئة السياسية حيث تعمل على تعديل الاتجاهات وأحياناً تعتبرها وتشارك في تكوين القيم، إضافة إلى كونها قنوات اتصال بين النخبة والجماهير وتساعد الأفراد على إدراك الموضوعات السياسية ومن ثم تزيد وعيهم السياسي من خلال زيادة حجم ونوع المعلومات المتوفرة لدى الأفراد والقادرة على توسيع الآفاق وزيادة الطموح الشخصي(٤٦).

وتلعب وسائل الإعلام دوراً بارزاً في تشكيل الإدراك والوعي السياسي، فكثير من الدراسات والبحوث التي اهتمت الاتجاهات والسلوك السياسي للأفراد وجدت أن وسائل الإعلام أصبحت أكثر تأثيراً ونفوذا في الأوساط الجماهيرية ولدى الأنظمة السياسية، ولاريب أن ثورة الاتصالات في العقود القليلة الماضية قد أدت إلى زيادة هذا النفوذ والتأثير لوسائل الإعلام بشكل كبير(٤٧).

ومن الحقائق البديهية أيضاً أن الراديو، والتليفزيون، والإعلام المطبوع، والانترنت، والوسائل التكنولوجية الحديثة بوجه عام تمثل أدوات محورية لنشر المعلومات حول أهم التطورات في مجتمع ما وعليه فهي تلعب دوراً حرجاً في تدعيم البني والممارسات الديمقراطية وتماسكها وفي هذا الصدد فإن النقاش حول وظائف الإعلام فيما يتعلق بالدوائر السياسية وعلى الأخص العملية الانتخابية هو ممارسة طويلة المدى انشغل بها عدد من العلماء والممارسين البارزين(٤٨).

المراجع:

[١]) سامي ختاتنة، أحمد أبو سعد، علم النفس الإعلامي، (دار المسيرة، عمـــان، الطبعـــة الأولى، ٢٠١٠م) ص٢٤٠.

[٢]) حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات (القاهرة: الـــدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٧، ص ٢٨٤.

[٣]) مصطفي عبدالفتاح، "أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية في التليفزيون فـــي تزويد المشاهدين بالمعلومات والافكار" – دراسة تطبيقية على المشاهدين في دولة قطـــر، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعـــلام، قـــسم الإذاعـــة، ١٩٨٧) ص٣٧.

[٤]) Edward Craig: Knowledge and the state of nature: An Essay in conceptual synthesis" (Canada, Claredon press, ١٩٩٩), P. ١٤.

[٥]) Derek Knights: Measuring know How: The first step in knowledge Management is determining what constitutes knowledge, Security Management (٢٠٠٣), Vol. ٥٧, P. ٨٣.

[٦]) عائشة إسماعيل عبداللطيف، "الوعي السياسي للطفل المصري في الريف، دراسة حالة القرية" رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولـــة" (١٩٩٩)، ص ٨١.

[١٠]) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري (القاهرة: دار العربي للنشر، ١٩٩٠) ص ٢٥.

[١٢]) طه نجم، علم اجتمـــاع المعرفـــة، (الإســـكندرية: دار الكتـــب الجامعيـــة، ١٩٩٦)، ص٢١٠.

[٩]) Delli Carpini, M. X., and Keeter, S. Stability and Change in U.S. Publics' Knowledge of Politics. Public Opinion Quarterly, Vol. ٥٥, No. ٤, ١٩٩١, P. ٥٨٣.

[١٠]) عبدالحكيم عبدالله: دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي،. رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠٠٣، ص ١٣٤.

[١١]) محمد السيد سليم، تحليل السياسة الخارجية (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، ١٩٨٩)، ص ١٠٣.

[١٢]) Mark Wheeler. Politics and the Mass Media (U.K.: Blackwell Publishers. L.T.D., ١٩٩٧), P. ١

[١٣]) مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي (عمان: دار أسامة للنشر، ٢٠٠٩) ص ص ٧٢-٧٣.

[١٤]) Denis Me Quail, Mass Communication Theory, An Introduction, (London: Sage Publication, ١٩٨٤). p. ٤١.

[١٥]) Lucian W. Pye. Communications and Political Development, (U.S.A. Princeton University Press ١٩٧٢). pp. ٢١-٤٥.

[١٦]) بسيوني حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، (القاهرة: نهضة الشرق، ١٩٩٦، ص ١٨).

[١٧]) David McKay, American Politics and Society, Blackwell Publishing, ٦th, Ed., ٢٠٠٥, p. ١٣٥.

[١٨]) حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، يناير ٢٠٠٥، ص ١٤٦.

[١٩]) Kellner D., The Media and Social Problems, In: Rizer G (ed) Handbook of Social Problems: A Comparative Internationa Perspective (Sage, Thousand Oaks, ٢٠٠٤)p ٢٤٦.

[٢٠]) Win Fried Scbnulz et al. "Voters in a Changing Media Environment" A data boid retrospective on consequences of Media Changing Germany", European Journal at Communication. Vol. (٢٠), No. (١) ٢٠٠٥, p.p. ٥٥-٨٨. P. ٦١.

[٢١]) Bergrud, Erik and Yang, Kaifeng. Civic Engagement in a Network Society. (Charlotte: IAP, ٢٠٠٨). p. ٧١.

[٢٢]) Darnagal Young. "Late-Night Comedy In Election٢٠٠٠: Its Influence On Candidate Trait Ratings and the Moderating Effects of Political Knowledge and Partisanship" In: Journal of Broodeasting and Electronic Media, Vol. ٤٨, No. ١, ٢٠٠٤, p. ٥.

[٢٣]) Robert G. Goidel and Todd G. Shields (١٩٩٧): Priming Theory and RAS Moder Toward an Integrated Perspective of Media Influence. American Politics Quarterly. Vol.٢٥, No. ٣, PP ٦-٧.

[٢٤]) خالد صلاح الدين، "دور وسائل الإعلام والجماعات المرجعية في تشكيل الاهتمامات البارزة للرأي العام المصري"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع – العدد المزدوج، ٢٠٠٣، ص ٢٥٥.

[٢٥]) ملفن ديفلير، ساندرا بول، روكتيش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبدالرؤوف، ط١، (القاهرة، الأهلية للنشر، والتوزيع، ١٩٩٣)، ص ٤٣٣.

[٢٦]) أحمد بدر، الاتصال والإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: الدار المصرية السعودية للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٠: ص ٣٣٦.

[٢٧]) Mary Christine Ban Wart. "Gender and Young Voters in ٢٠٠٤: The influence of perceived knowledge and interest", American Behavioral Scientist, Vol. (٥٠). No. (٩). May ٢٠٠٧, PP ١١٥٢-١١٦٨. P. ١١٥٤.

[٢٨]) Dellicarpini M.X. "Mediating democratic erngagement: The impact of communication on citizens" involvement in political and civic life", in L.L. Kaid (Ed). Handbook of Political communication research, Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum, ٢٠٠٤, pp. ٣٩٥-٤٣٤.

[٢٩]) Nojin Kwak and Others: Talking Politics, Engaging Politics: An Examination of the Enteractive Relationships Between Structural Feature of Political Talk and Discussion Engagement, Communication Research, Vol. ٣٢, No. ١. ٢٠٠٥, . ٩٠.

[٣٠]) Mcleod, J.M., Daily, K., Guo, Z., Eveland, W.P. Jr., Bayer, J., Yang, S., & Wang, H. Community Integration Local Media Use and Democratic Process: Communication Research, Vol. ٢٣, ١٩٩٦, pp. ١٧٩-٢٠٩.

[٣١]) Gary Kebbel: The Importance of Political Activity in Explaining Multiple News media use, Jouranlism, Quarterly, Vol. ٦٢, No. ٤, (١٩٨٥), pp. ٥٦٥.

[٣٢]) Guo, Z., and Moy, P. Medium or Message? Predicting Dimensions of Political Sophistication. International Journal of Public Opinion Research, Vo. ١٠, No. ١, ١٩٩٨, p. ٢٨.

[٣٣]) Gunter, Barria, "Poor Perception: Misunderstanding and Forgetting Broadcast News", Hillsdale, Nj: Lawrence Erlbaum, ١٩٨٧), p. ٣٠٢.

[٣٤]) Sidman, Andrew H. and Lizotte, Mary. Explaining The Gender Gap In Political Knowledge. Paper Presented to ٢٠٠٨, p. ٣٢٢ Midwest Conference. www. Allacademic. Com.

[٣٥]) Mendez, Jeanette Morehouse and Osborn, Tracy. Gender and the perception of Knwoeldge in political Discussion In: Political Research Quarterly, Vol. ٦٣, No. ٢, ٢٦٩- ٢٧٩ (٢٠١٠). p. ٤٢٤ Online: www.sagepub.com

[٣٦]) Evland Jr. W.P., Mcleod, J.M. and Horowitz, E.M. Communication and Age in Childhood Political Socialization. An Interactive Model of Poltical Development, Journal of mass coummunication Quarterly, Vol. (٧٥), No.٤, ١٩٩٨, p. ٧١٨.

[٣٧]) Hoplamazian, Gregory, and Feaster John. "Different News Media, Different News Seeking Behaviors: Identifying College Students' Patterns of News Media Use" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott, Chicago,

IL, May ٢١, ٢٠٠٩, p. ٥٢٥. <Not Available>.٢٠١٠-٠٦-٠٥<http://www.allacademic.com/meta/p٣٠٠٢٢٣_index.htm>

[٣٨]) Colin, Berry, "Learning From Television News: A Critique of the Research", Journal of Broadcasting and Electronic Media, ٢٧, ٤, ١٩٨٣, PP. ٣٥٩-٣٧٠ p. ٣٦٣.

[٣٩]) Thorson, Esther, Jin, Yan. And Beaudoin, Christopher. "When Uses and Gratifications Meet the Knowledge Gap: The Impact of Media Motives and Demographics on Political Activity" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott Hotel, San Diego, CA, May, ٢٧, ٢٠٠٣, p.٢٤٤ <Not Available>. ٢٠١٣-٠٥-٢٦<http://www.allacademic. com/meta/p. ١١١٧٢٩-index.html>

[٤٠]) M. Grabe, A. Lang and S. Zhou, "Cognitive Access to Negative Arousing News: An Experimental Investigation of the Knwoeldge Gap", Communication Research, ٢٧, ١, ٢٠٠٠, pp. ١٢-٥٧, p ٤٦.

[٤١]) Phillip Tichenor, G. Donohue and C. Olion, "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge", Public Opinion Quarterly, ٣٤, ١٩٧٠, pp. ١٥٩-١٦٦.

[٤٢]) Lee, Doohwang, and Zhou, Luining "An Empirical Test of SES and Media Use: Modeling the knowledge gap HYPOTHESIS IN THE TV versus Newspaper context" paper presented at the annual meeting of the international communication association. New Orleans

Sheraton. New Orleans, L٤, May ٢٧, ٢٠٠٤ – Not available. ٢٠٠٩ – ٠٥- ٢٦ http:// www.allacademic.com/meta/p١١٢٦٣٧_index.html

٤٣) Lee, Cul- Joo. Internet engagement and SES-Based Health Knowledge Gap" paper presented at theannual meeting of the international communication association, TBA, Montreal. Quebec, Canada, May ٢٢, ٢٠٠٨. Not Available. ٢٠١٠ ١٠-٢٣ http://www.allacademin.com/p٢٣٤٠٥٠_index.html.

٤٤) محمد نصر مهنا: الوجيز في مناهج البحوث السياسية والاعلاميـــة، (القـــاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٦)، ص ص ٩٥ – ٩٦.

٤٥) Herbert I. Schiller, Communication and Cultural Domination (New York: International Ar to and sciences Inc., ١٩٧٦) pp. ١٣٩-١٤٠.

٤٦) جمال عبدالعظيم، دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قـــادة الـــرأي، دراسة ميدانية بالطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠ في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول، يناير – مـــارس ٢٠٠١، ص ١٦٢.

٤٧) سيمون سيرفاني، "محرر"، ترجمة محمد مصطفي غنيم: وسائل الإعـــلام والـــسياسة الخارجية، (القاهرة: الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، القاهرة، ١٩٩٥)، ص ٥١.

٤٨) جيوفانا مايولا، "دور الإعلام في العملية الانتخابية" سلسلة بحـــوث سياســـية، العـــدد ١٦١، مركز البحوث والدراسات السياسية، الطبعة الأولـــى، كليـــة الاقتـــصاد والعلـــوم السياسية، جامعة القاهرة، يونيو ٢٠٠٨، ص ٥.